



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

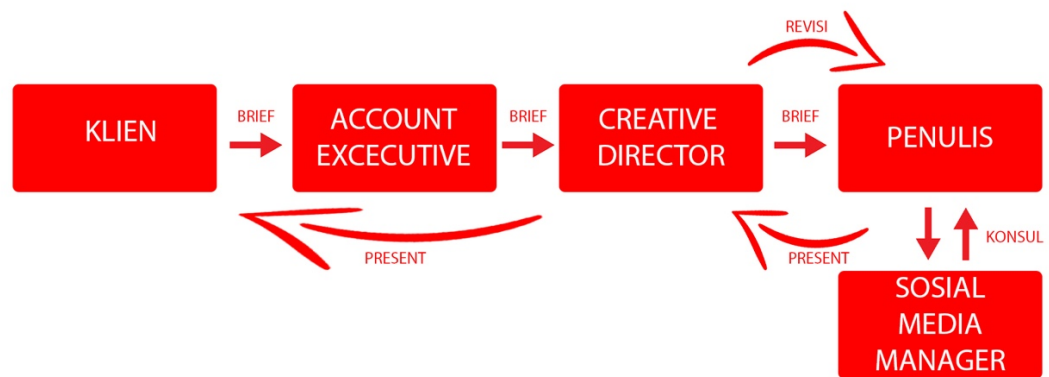
Penulis menduduki posisi *videographer* dalam divisi kreatif dari Idenya Flux. Dalam divisi kreatif terdapat beberapa posisi seperti *creative group head*, *art director*, *copywriter*, desain grafis dan *videographer*. Dikepalai oleh Boyke selaku *chief creative officer*, penulis sebagai *videographer* juga bekerja sama dengan Male yang bertugas sebagai *social media manager*. Penulis tidak sendiri menjadi seorang *videographer*, namun didamping juga oleh Fauzan yang sama-sama melakukan kerja magang dengan posisi yang sama. Penulis bekerja dalam grup satu dan dua, sesuai keperluan grup mana yang lebih membutuhkan *videographer*.

Sebagai seorang *videographer*, penulis tidak hanya melakukan pekerjaan teknis namun turut serta juga dalam proses kreatif dari *pre-production* sampai dengan *post-production*. Tugasnya pun beragam seperti pembuatan *pilot*, manifesto, konten untuk sosial media klien sampai dengan konten untuk internal IdenyaFlux.

3.1.2 Koordinasi

Pada proses pengerjaan *video teaser* untuk kegiatan *valentine* Sriwijaya Air, ada tiga jenis bentuk koordinasi yang dilakukan. Koordinasi pada tahapan pra produksi, produksi dan pasca produksi. Koordinasi pra produksi, penulis sebagai *videographer*, secara langsung diberikan *brief* oleh Boyke selaku *creative chief officer*. *Brief* tersebut kemudian penulis diskusikan bersama dengan Fauzan selaku rekan magang dan melakukan bimbingan dengan Male selaku *social media manager* mengenai tema *campaign*, agar memiliki kesinambungan antara konten *valentine* yang lainnya. Namun bukan hanya dalam pengerjaan

teaser valentine Sriwijaya Air saja, beberapa proyek lain juga koordinasinya dilakukan dengan alur yang sama.



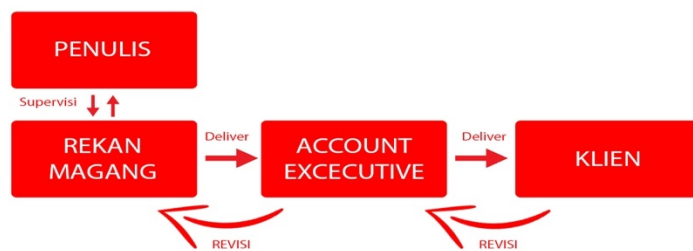
Gambar 3.1. Bagan Koordinasi Tahap Pra Produksi *Video Teaser Valentine* Sriwijaya Air

Pada saat proses produksi, penulis secara langsung berkordinasi dengan klien yang menjadi supervisi. Proses bertukar saran dan masukan pun terjadi demi mencapai hasil yang diinginkan.



Gambar 3.2. Bagan Koordinasi Tahap Produksi *Video Teaser Valentine* Sriwijaya Air

Kordinasi ketiga ialah pada saat penyuntingan gambar atau paska produksi. Dimana penulis sebagai *videographer* berada di posisi menjadi supervisi proses penyuntingan gambar. Penulis berkordinasi dengan Fauzan selaku rekan magang yang melakukan penyunting gambar. Setelah penulis setuju dengan hasil *video* yang telah disunting, maka rekan magang akan mengirimkannya ke *account excecutive* dan dilanjutkan ke klien. Proses refisi berjalan sebaliknya. Klien akan memberikan catatan ke *accounct excecutive* kemudian di berikan langsung kepada rekan magang. Proses kembali berulang seperti saat dimana hasil di *deliver* ke klien.



Gambar 3.3. Bagan Koordinasi Tahap Paska Produksi *Video Teaser Valentine* Sriwijaya Air

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Ke-1	<i>Teaser Valentine</i> Sriwijaya	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis diminta untuk membuat sebuah konsep dan narasi untuk keperluan mengiklankan <i>campaign valentine</i> dari Sriwijaya air melalui medium <i>Instastory</i>. • Kemudian bersama dengan <i>Creative Director, CEO dan AE</i>, kami melakukan final ppm. • Shooting dilakukan satu hari ditambah proses editing satu hari, kemudian di <i>up</i> pada hari berikutnya.
2	Ke-2	Pilot BNI	Dalam mewujudkan ide dari <i>brainstorming</i> , penulis mengeksekusi sebuah ide berupa “konten review” yang seolah-olah adalah <i>campaign</i> yang sudah dijalankan oleh BNI.

3	Ke-3	<i>Documentation of New Office Promotion IdenyaFlux</i>	Penulis diminta untuk mendokumentasikan proses pindahan untuk dijadikan sebagai konten sosial media.
4	Ke-4	<i>Documentation of New Office Event</i>	Penulis melakukan pemotretan seluruh karyawan flux serta mendokumentasikan acara syukuran dan pesta peresmian kantor baru. Hasil dokumentasi kemudian di unggah ke laman sosial media Instagram @idenyaflux
5	Ke-5	<i>Brainstorm Tolak Angin & membuat pilot campaign.</i>	Penulis melakukan <i>brainstorming</i> dikarenakan harus memikirkan berbagai strategi <i>campaign</i> sampai dengan bulan Juli, Agustus dan September 2020. Penulis juga mengeksekusi beberapa ide yang diajukan menjadi <i>pilot project</i> , salah satunya adalah ide untuk program Ramadhan.
6	Ke-6	Naratif Panasonic	Penulis diperbantukan untuk mengembangkan ide naratif sebuah produk dispenser untuk keperluan demo produk bersama dengan <i>copywriter</i> .
7	Ke-7	<i>Manifesto M-Smile</i>	Penulis membuat sebuah manifesto dengan konsep “ <i>sharing</i> ” atau biasa dikenal dengan testimoni.
8	Ke-8	<i>Shooting Savety Campaign Sriwijaya air</i>	Penulis sebagai <i>videographer</i> menjadi <i>second shooter</i> pada proses produksi vidio <i>safety campaign</i> Sriwijaya Air

			bersama dengan tim marketing dan sosial media Sriwijaya Air.
9	Ke-9	Manifesto Zurich	Penulis turut serta dalam <i>brainstorming</i> sampai akhirnya memutuskan konsep ide. Penulis juga membuat manifesto untuk keperluan <i>tvc</i> nya.
10	Ke-10	<i>Motiongraphic</i> Video untuk konten KOL produk <i>I'm Coco</i>	Penulis memberikan gerakan pada grafis (<i>motiongraphic</i>) yang dibutuhkan untuk memberikan informasi tambahan pada tiap video KOL.
11	Ke-11	<i>Motion</i> pada konten Es-Tee	Penulis mengerjakan <i>motion graphic</i> untuk konten sosial media <i>Es-Tee</i>
12	Ke-12	Portofolio Idenya Flux	Penulis mengumpulkan dan merapihkan portofolio flux untuk dijadikan klipring pada laman sosial media IdenyaFlux
13	Ke-13	<i>Manifesto</i> BNI	Dalam rangka menyambut Idul Fitri, penulis diminta untuk mengeksekusi <i>brief</i> dari <i>art director</i> menjadi sebuah manifesto untuk <i>tv commercial</i> , berdurasi 30 detik.
14	Ke-14	Video produk KopinyaFlux	Membuat konten sosial media untuk cabang bisnis Idenyaflux yaitu KopinyaFlux.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mendaftarkan diri sebagai seorang *copywriter*. Namun setelah bertemu dengan *CEO* dan *CCO* barulah penulis secara pasti diposisikan menjadi *videographer*. Karena posisi tersebut yang kosong dan dibutuhkan oleh perusahaan. Sebagai seorang *videographer*, penulis tidak hanya mengerjakan hal teknis seperti pengambilan gambar atau penyuntingan gambar, namun juga terlibat dalam proses kreatif seperti *brainstorming* ide dan pembuatan konsep serta naratif.

Sebelum penulis melakukan pekerjaan teknis, penulis melakukan *brainstorming* ide dengan seluruh tim kreatif. Setelah sebuah ide sudah ditentukan, penulis barulah masuk mengerjakan hal teknis sebagai *videographer* seperti pengambilan gambar dan penyutingan gambar yang diperuntukan untuk pembuatan materi *real* untuk konten sosial media klien dan perusahaan atau untuk materi *pitching* berupa manifesto *tv commercial* yang berdurasi 30 detik sampai satu menit dan juga pilot untuk konten sosial media klien.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Berikut merupakan proses pengerjaan salah satu *project* magang yang penulis kerjakan:

3.3.1.1. Teaser Valentine Sriwijaya Air x Silverqueen

Dalam rangka merayakan hari kasih sayang atau *valentine*, Sriwijaya Air membuat *campaign* kasih sayang dengan berkolaborasi dengan cokelat Silverqueen. Dimana saat hari perayaan *valentine*, awak kapal Sriwijaya Air akan membagikan cokelat Silverqueen di beberapa rute penerbangannya. Untuk meramaikan sosial media, ada beberapa konten digital seperti *instastory*, *tiktok* dan desain grafis yang disiapkan oleh tim kreatif di Idenya Flux. Sebagai *videographer* penulis mendapatkan bagian untuk memproduksi konten *instastory* berupa video *teaser* acara berdurasi 15 detik.

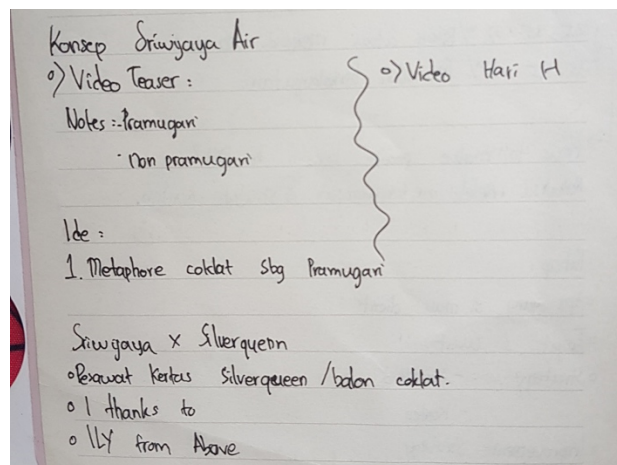
3.3.1.1.1 Pra Produksi

Pada 4 Februari 2020, penulis diberikan *brief* oleh *creative director* dan *social media manager* untuk membuat sebuah konsep dan naratif berupa video *teaser* yang menggambarkan acara *Valentine* Sriwijaya. Dengan dua alternatif cerita dimana yang didalamnya ada karakter pramugari dan non pramugari. Konsep tersebut nantinya akan dipresentasikan terlebih dahulu pada 6 Februari. Jika konsep tersebut disetujui oleh pihak Sriwijaya Air maka akan dilanjutkan ke tahap produksi.

Setelah diberikan *brief*, penulis bersama rekan magang lainnya melakukan *brainstorming*. Proses *brainstorming* dilakukan dengan cara mencari referensi-referensi video dan naratif berbagai maskapai dalam mengadakan acara *valentine*.

Bersama rekan magang, penulis mencoba menganalisa bentuk naratif yang sekiranya memberikan gambaran acara *valentine*nya. Kegiatannya adalah awak kapal akan membagikan sebuah coklat. Kemudian analisa lain terhadap *valentine* pada umumnya yang dimana sering dikaitkan dengan sindiran kepada kesendirian atau status yang menyedihkan bagi para jomblo.

Dari analisa tersebut, penulis menafsirkan bahwa pada penerbangan hari *valentine* nanti penumpang pesawat Sriwijaya Air tidak akan merasa kesendirian, karena ditemani oleh sebatang coklat Silverqueen. Ditemukan lah empat buah ide. Dari 4 buah ide, penulis mengajukan 2 ide dan 2 ide lainnya adalah dari rekan magang. Dari 4 ide juga, 2 ide dengan menggunakan karakter pramugari dan dua ide lainnya tidak menggunakan pramugari. Setelah menemukan 4 buah ide dan mencari referensi nya, kemudian penulis dan rekan magang mempresentasikannya ke *creative director*.



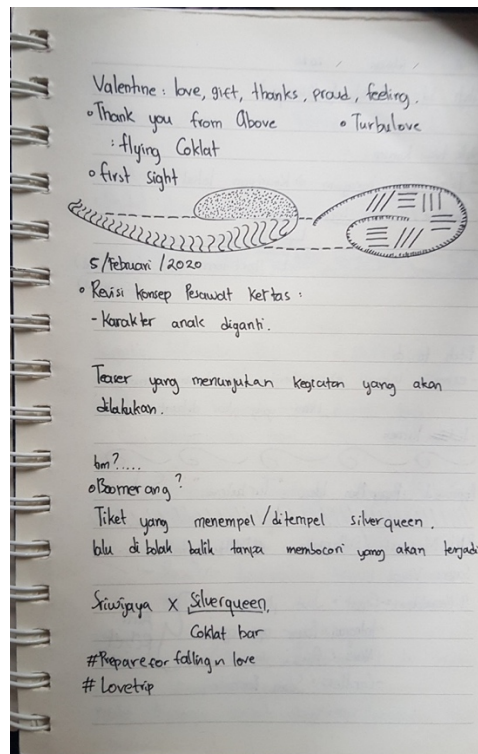
Gambar 3.4. Brief Konsep Video Teaser Valentine Sriwijaya Air

(Dokumentasi Pribadi)

Ide pertama dengan karakter pramugari yang penulis ajukan, diberi judul "*TurbuLove*". Sinopsisnya adalah seorang pemuda *single* yang sedang galau, menerbangkan sebuah pesawat kertas di taman. Tanpa sengaja, pesawat kertas itu menabrak seorang pramugari yang tengah bersiap mau ke bandara. Dengan rasa malu, pemuda itu meminta maaf. Sang pramugari tersenyum dan mengembalikan pesawat kertas itu beserta memberikan pemuda itu sebatang coklat *silverqueen*.

Pemuda itu tersenyum seakan rasa galaunya hilang. Diakhiri dengan *pop up* informasi jadwal dan rute penerbangan yang akan merayakan *Valentine*.

Ide kedua tanpa karakter pramugari yang penulis ajukan, diberi judul "*Flying Coklat*". Dimana di narasikan, sebatang coklat silverqueen yang tergeletak diatas meja terbang perlahan dengan iringan *Voice Over* seorang Pilot yang memberikan sebuah announcement. Dalam sebuah ruangan kosong (mungkin kantor Sriwijaya) banyak silverqueen terikat dengan balon berwarna biru (warna identitas Sriwijaya) dan berterbangan.



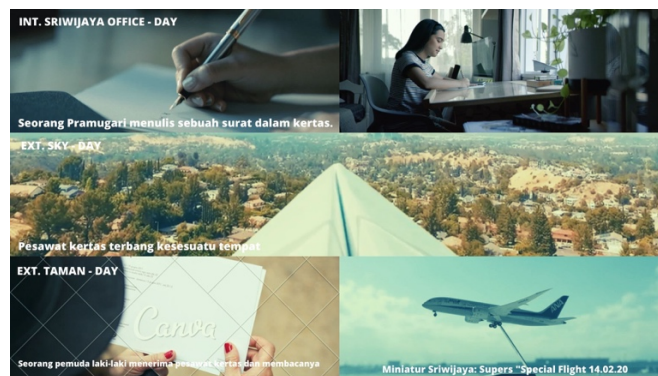
Gambar 3.5. Catatan Refisi Konsep Video *Teaser Valentine* Sriwijaya Air

(Dokumentasi Pribadi)

Pada 5 Februari, ide tersebut kemudian dipersempit dengan tolak ukur kemungkinan yang paling bisa dieksekusi secara cepat. Dan terpilih lah 2 buah ide, dari yang penulis ajukan (*Turbulove* dan *Flying Coklat*). Kemudian bersama dengan *sosial media manager*, penulis memasukkan ide dan konsep *teaser* tersebut

kedalam *pitch deck*. Penulis mengumpulkan referensi gambar sekaligus *tonal* warna yang akan digunakan. Lengkap dengan manifestonya.

Namun ada refisi pada cerita ide yang pertama. *Creative director* menyarankan untuk menukar posisi pemuda dan pramugari. Dimana, pramugari yang melempar pesawat kertas secara acak. Dan pesawat itu akan menghampiri siapapun yang kesepian. Dalam pesawat kertas itu kemudian berisikan sebuah surat yang bertuliskan “Sekarang kamu gak sendirian lagi, karena akan ditemani oleh yang manis di penerbangan Sriwijaya Air 14 Februari 2020”.



Gambar 3.6. *Moodboard & Storyboard Teaser Sriwijaya Air*

Final PPM dilakukan pada tanggal 6 Februari secara langsung bersama direksi dan tim marketing Sriwijaya Air di kantor Sriwijaya Air. Terpilihlah ide pertama yang diberi judul “Turbu Love”.

3.3.1.1.2 Produksi

9 Februari malam, penulis dikabari akan *shooting* pada tanggal 10 Februari 2020. Jam *shootingnya* tentatif, bergantung pada tim *marketing* Sriwijaya. Karena untuk lokasi dan *cast* dipilih oleh mereka. Penulis dan rekan magang diberikan *list* peralatan yang akan digunakan oleh Bila selaku *account executive*. Namun karena, penulis dan rekan magang yang akan melakukan penyutitan, maka penulis berdua membuat *list* ulang sesuai kebutuhan pengambilan gambar. Peralatan yang digunakan sederhana, tidak menggunakan alat-alat berat. Kamera Nikon D7500 dengan lensa 50mm dan 13-55mm, 1 buah *LED*, *tripod* dan 1 *lightstand*.

Shooting dilakukan di kantor Sriwijaya Air di daerah cengkareng. Saat sampai ditempat, penulis dikenalkan oleh seorang pramugari yang akan menjadi *castnya*. Kemudian bersama tim langsung mencari lokasi atau ruangan yang cocok untuk dilakukan pengambilan gambar, sesuai dengan referensi. Ditetapkanlah sebuah ruang santai karyawan yang akan dijadikan set utama.



Gambar 3.7. Penulis Yang Sedang Memperagakan Adegan Pada *Scene 1*
(Dokumentasi Rekan Magang)

Scene kedua dilakukan di padang rumput di luar kantor Sriwijaya. Pada saat melakukan pengambilan gambar di *set* yang kedua, penulis bertukar posisi dengan rekan magang untuk menjadi *cameramannya*. Karena pada *scene* ini, rekan magang yang menjadi *castnya*.



Gambar 3.8. Penulis Yang Menggantikan Rekan Magang Menjadi *Cameraman* Pada *Scene* ke-2
(Dokumentasi Rekan Magang)

Meski *output* nya untuk keperluan *Instastory*. *Shooting* dilakukan dengan pengambilan gambar format horizontal atau 16:9 dan secara *still*. Penulis bersama rekan magang memutuskan untuk mengambil dengan format horizontal, agar memiliki fleksibilitas framing dan bisa memberikan *movement* pada visualnya pada saat proses pengeditan.

3.3.1.1.3 Paska Produksi

Proses *editing* dilakukan sehari setelah proses *shooting* dan dikerjakan oleh rekan magang. Pada tahap paska produksi penulis menjadi supervisi dan colorist yang dimana masih menjadi tugas untuk *videographer*, sebelum akhirnya di serahkan ke *account executive* oleh rekan magang dan di *follow up* ke klien. Masukan refisi diberikan oleh *account executive* ke rekan magang. Dan alur kordinasi berulang. Setelah refisi selesai dan *dideliver* ke klien. Maka tinggal menunggu jadwal perilisannya. *Teaser* tersebut kemudian ditayangkan pada 12 Februari 2020 di akun Instagram resmi Sriwijaya Air.



Gambar 3.9. *Teaser Published* di Instagram @SriwijayaAir

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

3.3.2.1. Kendala dalam Perusahaan

Kordinasi yang kurang dengan pihak klien dalam hal menentukan penjadwalan secara pasti. Jadi untuk mempersiapkan alat dan properti, serta kordinasi dengan *cast* jadi kurang siap dan teratur.

3.3.2.2. Kendala Dalam Projek

Proses pra sampai dengan paska produksi yang singkat, maka penulis merasa bahwa projek ini kurang dikerjakan dengan maksimal karena terlalu terburu-buru. Kemudian, juga informasi jadwal *shooting* yang mendadak dan pemilihan *cast* maupun set yang baru terjadi di hari H *shooting* membuat projek ini berjalan apa adanya.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

3.3.3.1. Solusi Dalam Perusahaan

Meski kordinasi soal perisapan yang kurang, beruntung agensi memiliki sumber alat yang mencukupi untuk keperluan *shooting* dan selalu siap digunakan. Meski mendadak dan belum menentukan peralatan yang akan digunakan untuk *shooting* secara detil, namun secara teknis masih bisa terkendali.

3.3.3.2. Solusi Dalam Projek

Penulis bersama rekan magang, dituntut untuk berfikir dan menentukan pilihan secara cepat. Karena masing-masing dari penulis maupun rekan magang juga sudah paham dengan apa yang ingin dieksekusi maka proses *shooting* berjalan dengan cepat. Dan segala kendala diluar teknis juga bisa terkendali.